

**ANALISIS MINAT BELI KONSUMEN DITINJAU DARI KUALITAS DAN  
*BRAND EQUITY* PRODUK SHOPIE MARTIN PARIS PADA  
MAHASISWA PROGDI PENDIDIKAN AKUNTANSI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**SKRIPSI**

**Disusun Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Mencapai Derajat Gelar Sarjana Strata-1  
Program studi Pendidikan Akuntansi**



Disusun Oleh:

**YUHAN PERMATASARI**

**A. 210 090 056**

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2013**

**PERSETUJUAN**  
**ANALISIS MINAT BELI KONSUMEN DITINJAU DARI KUALITAS DAN**  
***BRAND EQUITY* PRODUK SHOPIE MARTIN PARIS PADA**  
**MAHASISWA PROGDI PENDIDIKAN AKUNTANSI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

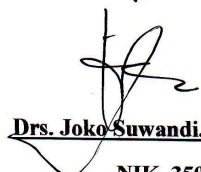
Diajukan oleh:

**YUHAN PERMATASARI**  
**A 210 090 056**

Disetujui untuk dipertahankan di hadapan  
Dewan Penguji Skripsi Sarjana S-1

Mengetahui,

Pembimbing,

  
**Drs. Joko Suwandi, S.E., M.Pd**  
**NIK. 350**

**PENGESAHAN**  
**ANALISIS MINAT BELI KONSUMEN DITINJAU DARI KUALITAS DAN**  
***BRAND EQUITY* PRODUK SHOPIE MARTIN PARIS PADA**  
**MAHASISWA PROGDI PENDIDIKAN AKUNTANSI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:




**YUHAN PERMATASARI**  
**A 210 090 056**

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji

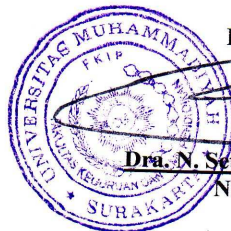
Pada tanggal: 21 November 2013

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

1. Drs. Joko Suwandi, S.E, M.Pd. (  )
2. Dr. H. Sabar Narimo, M.M, M.Pd. (  )
3. Drs. H.Djalal Fuadi, M.M. (  )

Surakarta, 21 November 2013  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan



Dekan,

**Dra. N. Setyaningsih, M.Si**  
**NIK. 403**

## **HALAMAN PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dimana pun dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata di kemudian hari terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya akan bertanggung jawab sepenuhnya.

Surakarta, November 2013



**YUHAN PERMATASARI**  
**A 210 090 056**

## MOTTO

*Sebaik – baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain.*

*(HR. Ahmad, Thabrani, Drugutni)*

*Orang yang bijaksana adalah orang yang mengetahui bahwa dirinya tidak tau.*

*(Socrates)*

*Jika kesenangan adalah matahari dan kesusahan adalah hujan, maka diperlukan keduanya untuk melihat pelangi*

*(Anonim)*

*There is no growth in comfort zone and there is no comfort in growth zone. I must leave my comfort zone to grow.*

*(Muhammad Assad)*

## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas selesainya karya sederhana ini. Karya tulis ini ku persembahkan kepada :

1. Bapak dan ibuku tercinta, sujud dan baktiku hanya untukmu. Terimakasih untuk segala lantunan do'a mu yang senantiasa mengiringi langkah-langkahku. Senyum kalian adalah suntikan semangat untukku.
2. Kakakku, Suhita "Gogod" dan mbak Atiek, akhirnya aku bisa menyusul kalian ^^ . Serta adikku Nugroho "Inug", jangan cuma mainnya yang rajin, tapi belajar, ngaji, sholatnya juga ya.. ^^
3. Mas Arul yang selama ini mengajarku tentang kehidupan, mendukung impian-impian "gila" ku dan menghiasi hariku sehingga menjadikan hidup lebih bermakna. Terimakasih untuk kesabarannya hingga detik ini. .
4. Santi, Manda, Mbak Puput yang senantiasa membantuku dan memberikan semangat. .
5. Teman-teman seangkatanku khususnya kelas B.
6. Almamaterku

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**Assalamu’alaikum Wr.Wb**

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul:

**“ANALISIS MINAT BELI KONSUMEN DITINJAU DARI KUALITAS DAN *BRAND EQUITY* PRODUK SHOPIE MARTIN PARIS PADA MAHASISWA PROGDI PENDIDIKAN AKUNTANSI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA”.**

Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan guna mendapatkan gelar sarjana pendidikan Akuntansi pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa terwujudnya skripsi ini karena adanya bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan terima kasih dengan setulus hati kepada:

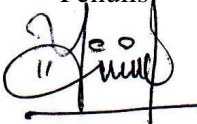
1. Ibu Dra. N. Setyaningsih, M.Si selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ijin untuk menyusun skripsi ini.

2. Bapak Drs. H. Djalal Fuadi, MM, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membantu tewujudnya skripsi ini.
3. Bapak Drs. Joko Suwandi, S.E, M.Pd, selaku pembimbing yang telah dengan sabar dan telaten memberikan bimbingan, arahan, dan saran-saran mulai dari awal sampai dengan selesainya penyusunan skripsi ini.
4. Segenap bapak/Ibu Dosen FKIP Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan untuk masa depan.
5. Ayah dan Ibu tercinta serta keluarga besar, yang telah memberikan dorongan dan do`a untuk menyelesaikan studi ini.
6. Semua pihak yang terkait yang telah membantu dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna, dengan tangan terbuka penulis menerima segala kritik dan saran yang membangun. Akhirnya semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri dan bagi para pembaca pada umumnya.

**Wassalamu'alaikum Wr.Wb**

Surakarta, November 2013

Penulis  


Yuhan Permatasari



## DAFTAR ISI

|                                 | Halaman |
|---------------------------------|---------|
| HALAMAN JUDUL .....             | i       |
| PERSETUJUAN.....                | ii      |
| PENGESAHAN.....                 | iii     |
| PERNYATAAN .....                | iv      |
| MOTTO .....                     | v       |
| PERSEMBAHAN.....                | vi      |
| KATA PENGANTAR .....            | vii     |
| DAFTAR ISI .....                | ix      |
| DAFTAR TABEL .....              | xiv     |
| DAFTAR GAMBAR.....              | xv      |
| DAFTAR LAMPIRAN.....            | xvi     |
| ABSTRAK .....                   | xviii   |
| BAB I PENDAHULUAN               |         |
| A. Latar Belakang Masalah ..... | 1       |
| B. Perumusan Masalah .....      | 5       |

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| C. Pembatasan Masalah.....     | 5 |
| D. Tujuan Penelitian.....      | 8 |
| E. Manfaat Penelitian.....     | 8 |
| F. Sistematika Penelitian..... | 9 |

## BAB II LANDASAN TEORI

|   |    |
|---|----|
| A. Tinjauan Pustaka .....                 | 11 |
| 1. Pemasaran .....                        | 11 |
| a. Pengertian Pemasaran .....             | 11 |
| b. Konsep Pemasaran.....                  | 13 |
| 2. Minat Beli .....                       | 14 |
| a. Pengertian Minat Beli .....            | 14 |
| b. Indikator Minat Beli.....              | 15 |
| 3. Kualitas Produk.....                   | 19 |
| a. Pengertian Produk.....                 | 19 |
| b. Tingkatan Produk .....                 | 19 |
| c. Klasifikasi Produk.....                | 20 |
| d. Pengertian Kualitas Produk .....       | 22 |
| e. Indikator Kualitas Produk .....        | 23 |
| f. Perspektif Kualitas .....              | 27 |
| 4. <i>Brand Equity</i> .....              | 29 |
| a. Pengertian Merek ( <i>Brand</i> )..... | 29 |
| b. Pengertian <i>Brand Equity</i> .....   | 30 |
| c. Indikator Merek .....                  | 31 |

|  |    |
|--|----|
| B. Kerangka Berpikir .....   | 35 |
| 1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen ..        | 35 |
| 2. Pengaruh <i>Brand Equity</i> Terhadap Mionat Beli Konsumen .... | 36 |
| 3. Paradigma Penelitian .....                                      | 37 |
| C. Hipotesis.....  | 39 |

### BAB III METODE PENELITIAN

|  |    |
|--|----|
| A. Pengertian Metode Penelitian.....                 | 40 |
| B. Jenis Penelitian .....                            | 40 |
| C. Tempat dan Waktu Penelitian .....                 | 43 |
| D. Populasi, Sampel, dan Sampling .....              | 42 |
| 1. Populasi.....                                     | 42 |
| 2. Sampel .....                                      | 43 |
| 3. Sampling .....                                    | 44 |
| E. Metode Pengumpulan Data .....                     | 45 |
| 1. Sumber Data .....                                 | 45 |
| a. Data Primer .....                                 | 45 |
| b. Data Sekunder .....                               | 46 |
| 2. Variabel Penelitian .....                         | 46 |
| a. Variabel Bebas atau Independen Variabel (X) ..... | 46 |
| b. Variabel Terikat atau Dependent Variabel (Y)..... | 46 |
| F. Teknik Pengumpulan Data .....                     | 46 |
| 1. Angket .....                                      | 46 |
| 2. Observasi .....                                   | 50 |

|   |    |
|---|----|
| 3. Dokumentasi .....                                  | 51 |
| G. Instrumen Penelitian .....                         | 51 |
| 1. Uji Validitas .....                                | 51 |
| 2. Uji Reliabilitas .....                             | 54 |
| H. Uji Prasyarat Analisis .....                       | 56 |
| 1. Uji Normalitas .....                               | 56 |
| 2. Uji Linieritas .....                               | 56 |
| I. Teknik Analisis Data .....                         | 57 |
| 1. Analisis Regresi Ganda .....                       | 57 |
| 2. Uji Parsial (Uji t) .....                          | 58 |
| 3. Uji secara Serempak (Uji F).....                   | 59 |
| 4. Sumbangan Relatif (SR) Sumbangan Efektif (SE)..... | 60 |

#### BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

|   |    |
|---|----|
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....                       | 62 |
| 1. Sejarah Singkat Universitas Muhammadiyah Surakarta.....    | 62 |
| 2. Deskripsi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan .....      | 65 |
| 3. Pengembangan Kelembagaan.....                              | 67 |
| 4. Deskripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi Akuntansi ..... | 69 |
| B. Deskripsi Data .....                                       | 72 |
| 1. Deskripsi Data Kualitas Produk .....                       | 72 |
| 2. Deskripsi Data <i>Brand Equity</i> .....                   | 73 |
| 3. Deskripsi Data Minat Beli .....                            | 75 |
| C. Pengujian Prasyarat Penelitian .....                       | 76 |

|  |    |
|--|----|
| 1. Uji Normalitas .....                                    | 76 |
| 2. Uji Linieritas .....                                    | 77 |
| D. Analisis Data .....                                     | 78 |
| 1. Analisis Regresi Ganda.....                             | 78 |
| 2. Pengujian Hipotesis Pertama (Uji t) .....               | 79 |
| 3. Pengujian Hipotesis Kedua (Uji t) .....                 | 80 |
| 4. Pengujian Hipotesis Ketiga (Uji F) .....                | 82 |
| 5. Koefisien Determinasi .....                             | 84 |
| 6. Sumbangan Relatif (SR) dan Sumbangan Efektif (SE) ..... | 84 |
| E. Pembahasan .....  | 84 |
| BAB V PENUTUP  |    |
| A. Kesimpulan.....   | 87 |
| B. Saran.....  | 88 |
| DAFTAR PUSTAKA   |    |
| LAMPIRAN   |    |

## DAFTAR TABEL

|              |  |    |
|--------------|--|----|
| Tabel III. 1 | Penentuan Sampel .....                                     | 42 |
| Tabel III. 2 | Tabel Distribusi Sampel .....                              | 45 |
| Tabel III. 3 | Kisi-Kisi Angket Minat Beli .....                          | 47 |
| Tabel III. 4 | Kisi-Kisi Angket Kualitas Produk .....                     | 47 |
| Tabel III. 5 | Kisi-Kisi Angket <i>Brand Equity</i> .....                 | 48 |
| Tabel III. 6 | Hasil Uji Validitas Angket Minat Beli .....                | 52 |
| Tabel III. 7 | Hasil Uji Validitas Angket Kualitas Produk .....           | 52 |
| Tabel III. 8 | Hasil Uji Validitas Angket <i>Brand Equity</i> .....       | 53 |
| Tabel III. 9 | Rangkuman Uji Reliabilitas .....                           | 39 |
| Tabel IV. 1  | Rangkuman Uji Normalitas .....                             | 77 |
| Tabel IV. 2  | Rangkuman Uji Linieritas .....                             | 77 |
| Tabel IV. 3  | Rangkuman Uji Hasil Analisis Regresi Linier Berganda ..... | 78 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar IV.1 Histogram Dan Poligon Data Kualitas Produk .....  | 73 |
| Gambar IV.2 Histogram Dan Poligon Data <i>Brand Equity</i> .....  | 74 |
| Gambar IV.3 Histogram Dan Poligon Data Minat Beli .....   | 76 |
| Gambar IV.4 Grafik Statistik Uji t Pengaruh Kualitas Produk Terhadap<br>Minat Beli.....                           | 80 |
| Gambar IV.5 Grafik Statistik Uji t Pengaruh <i>Brand Equity</i> Terhadap<br>Minat Beli.....                       | 82 |
| Gambar IV.6 Grafik Statistik Uji F Pengaruh Kualitas Produk dan <i>Brand<br/>Equity</i> Terhadap Minat Beli ..... | 83 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |     |
|---|-----|
| Lampiran 1 Angket Penelitian.....   | 92  |
| Lampiran 2 Daftar Nama Responden Try Out .....                                  | 98  |
| Lampiran 3 Score Try Out Kualitas Produk ( $X_1$ ) .....                        | 99  |
| Lampiran 4 Perhitungan Uji Validitas Tryout Kualitas Produk ( $X_1$ ) .....     | 100 |
| Lampiran 5 Perhitungan Uji Reliabilitas Kualitas Produk ( $X_1$ ) .....         | 102 |
| Lampiran 6 Score Try Out <i>Brand Equity</i> ( $X_2$ ) .....                    | 103 |
| Lampiran 7 Perhitungan Uji Validitas Tryout <i>Brand Equity</i> ( $X_2$ ) ..... | 104 |
| Lampiran 8 Perhitungan Uji Reliabilitas <i>Brand Equity</i> ( $X_2$ ) .....     | 106 |
| Lampiran 9 Score Try Out Minat Beli (Y) .....                                   | 107 |
| Lampiran 10 Score Uji Validitas Try Out Minat Beli (Y) .....                    | 108 |
| Lampiran 11 Score Uji Reliabilitas Try Out Minat Beli (Y) .....                 | 109 |
| Lampiran 12 Daftar Nama Responden .....   | 110 |
| Lampiran 13 Score Hasil Angket Kualitas Produk ( $X_1$ ) .....                  | 113 |
| Lampiran 14 Score Hasil Angket <i>Brand Equity</i> ( $X_2$ ) .....              | 116 |
| Lampiran 15 Score Hasil Angket Minat Beli (Y).....                              | 119 |



|   |     |
|---|-----|
| Lampiran 16 Data Induk Penelitian .....   | 122 |
| Lampiran 17 Deskripsi Data Penelitian Kualitas Produk ( $X_1$ ) .....                           | 125 |
| Lampiran 18 Deskripsi Data Penelitian <i>Brand Equity</i> ( $X_2$ ) .....                       | 127 |
| Lampiran 19 Deskripsi Data Penelitian Minat Beli (Y) .....                                      | 129 |
| Lampiran 20 Hasil Uji Normalitas Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) .....                       | 131 |
| Lampiran 21 Hasil Uji Normalitas Variabel <i>Brand Equity</i> ( $X_2$ ) .....                   | 132 |
| Lampiran 22 Hasil Uji Normalitas Variabel Minat Beli (Y) .....                                  | 133 |
| Lampiran 23 Hasil Uji Linieritas Kualitas Produk ( $X_1$ )<br>Terhadap Minat Beli (Y) .....     | 134 |
| Lampiran 24 Hasil Uji Linieritas <i>Brand Equity</i> ( $X_2$ ) Terhadap Minat<br>Beli (Y) ..... | 136 |
| Lampiran 25 Hasil Analisis Regresi Ganda .....  | 138 |
| Lampiran 26 Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif .....                                       | 139 |
| Lampiran 27 Tabel r Product Moment .....  | 140 |
| Lampiran 28 Tabel T .....   | 141 |
| Lampiran 29 Tabel Liliefors .....   | 143 |
| Lampiran 30 Tabel F .....   | 144 |

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS MINAT BELI KONSUMEN DITINJAU DARI KUALITAS DAN BRAND EQUITY PRODUK SHOPIE MARTIN PARIS PADA MAHASISWA PROGDI PENDIDIKAN AKUNTANSI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

Yuhan Permatasari. A210090056 Program Studi Pendidikan Ekonomi Akuntansi  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Muhammadiyah Surakarta.  
2013

*Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk Shopie Martin Paris terhadap minat beli konsumen di UMS. 2). Untuk mengetahui pengaruh brand equity produk Shopie Martin Paris terhadap minat beli konsumen di UMS. 3). Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan brand equity produk Shopie Martin Paris terhadap minat beli konsumen di UMS.*

*Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa progdi Pendidikan Akuntansi angkatan 2010, 2011, 2012 UMS , dengan jumlah sampel 82 mahasiswa. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah angket. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, uji  $R^2$ , dan sumbangan relatif dan sumbangan efektif. Berdasarkan hasil analisis regresi ganda diperoleh garis persamaan regresi  $Y = -3,252 + 0,231.X_1 + 0,378.X_2$ , yang berarti bahwa minat beli dipengaruhi oleh kualitas produk dan brand equity.*

*Kesimpulan yang diambil adalah: 1) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen. Hal ini berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,800 > 1,989$  dan nilai probabilitas signifikansi  $< 0,05$  yaitu  $0,006$  dengan hasil perhitungan sumbangan relatif sebesar  $31,40\%$  dan sumbangan efektif sebesar  $14,0\%$ . 2) Brand Equity berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen. Hal ini berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $5,057 > 1,990$  dan nilai probabilitas signifikansi  $< 0,05$  yaitu  $0,000$ , dengan hasil perhitungan sumbangan relatif sebesar  $68,59\%$  dan sumbangan efektif sebesar  $30,7\%$ . 3) Kualitas Produk dan Brand Equity berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen. Hal ini berdasarkan hasil perhitungan uji F diketahui nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sebesar  $31,965 > 3,11$  dengan nilai probabilitas signifikansi  $< 0,05$  yaitu  $0,000$ , berarti kualitas produk dan brand equity secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. 4) Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar  $0,447$  yang menunjukkan bahwa kolaborasi variabel kualitas produk dan brand equity berpengaruh sebesar  $44,7\%$  sedangkan sisanya  $55,3\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.*

*Kata kunci: Kualitas Produk, Brand Equity, dan Minat Beli*